



REPORTE DE RESULTADOS

2^{DO} TRIMESTRE 2023

16 DE AGOSTO DE 2023

Resumen Ejecutivo Resultados Consolidados

Durante el primer semestre de 2023 (1S23), **los ingresos de SMU crecieron en un 5,4%** con respecto al primer semestre de 2022 (1S22), alcanzando CLP 1.408.833 millones, a pesar de una alta base de comparación. Con respecto al segundo trimestre de 2023 (2T23), los ingresos totalizaron CLP 704.594 millones, mayor en un 4,9% al segundo trimestre de 2022 (2T22).

La estrategia multiformato de SMU le permite satisfacer las necesidades de sus clientes en diferentes segmentos socioeconómicos y con distintos niveles de sofisticación. Durante los últimos trimestres, los consumidores han estado muy orientados al precio y el ahorro, y la Compañía ha respondido a través de diferentes iniciativas, incluyendo promociones y la expansión de su oferta de productos de marcas propias en todos sus formatos.

La Compañía también ha continuado con la implementación de su estrategia de **crecimiento orgánico**, sumando 10 nuevas aperturas en los últimos 12 meses.

La **ganancia bruta** para el primer semestre de 2023 alcanzó los CLP 431.487 millones, un aumento de 10,0% con respecto al 1S22. En 2T23, la ganancia bruta alcanzó los CLP 216.188 millones, un aumento de 9,8% con respecto al 2T22. El margen bruto porcentual alcanzó 30,6% en 1S23, una expansión de 130 puntos base con respecto al 29,3% del 1S22, reflejando la mayor eficiencia comercial. Asimismo, el margen porcentual del 2T23 alcanzó 30,7%, comparado con 29,3% en 2T22, un aumento de 140 pb.

Por otra parte, a pesar del aumento de 13,1% en los **gastos operacionales**¹ en 1S23 (12,6% en 2T23), impulsado por la inflación anual acumulada y el mayor salario mínimo, **SMU alcanzó un EBITDA² de CLP 127.278 millones en 1S23, mayor en un 3,4% con respecto al 1S22**. El EBITDA del 2T23 registró un crecimiento de 3,0%, alcanzando CLP 59.577 millones. Asimismo, el margen EBITDA fue de 9,0% en 1S23, levemente por debajo del 9,2% del 1S22, pero en línea con el objetivo anual de 9%. El margen EBITDA del segundo trimestre alcanzó 8,5%, similar al 8,6% del 2T22, reflejando la estacionalidad del negocio.

El **resultado no operacional** de SMU mejoró en CLP 1.128 millones en 1S23 con respecto al 1S22, a pesar del efecto no recurrente de la venta de OK Market en 1S22 (ganancia por CLP 18.034 millones) en las **otras ganancias**. Al excluir este efecto, la mejora en el resultado no operacional fue de CLP 19.162 millones, principalmente debido a la menor inflación. Asimismo, en el segundo trimestre, el resultado no operacional mejoró en CLP 14.855 millones con respecto al 2T22.

La **utilidad neta** para el primer semestre de 2023 alcanzó los CLP 40.295 millones, menor en CLP 31.196 millones (43,6%) con respecto a los CLP 71.492 millones obtenidos en el primer semestre de 2022, principalmente explicado por el efecto no recurrente de la venta de OK Market en 1S22 (CLP 20.538 millones).

Al excluir el efecto de OK Market, la utilidad sería menor en CLP 10.123 millones vs. 1S22, principalmente explicado por la variación negativa de CLP 28.103 millones en el impuesto a las ganancias (asociada a la menor inflación y al mejor resultado antes de impuestos), parcialmente compensado por una mejora de CLP 19.162 millones en el resultado no operacional (asociada a la menor inflación).

¹ Gastos operacionales = gastos de distribución + gastos de administración y ventas – depreciación - amortización

² EBITDA = Margen bruto – gastos de distribución – gastos de administración + depreciación + amortización



La utilidad neta del segundo trimestre de 2023 alcanzó los CLP 18.519 millones, menor en CLP 3.171 millones (14,6%) en comparación a los CLP 21.690 millones registrados en 2T22. La variación se explica principalmente por el menor ingreso por impuesto a las ganancias (diferencia de CLP 17.498 millones vs. 2T22), parcialmente compensado por la mejora de CLP 14.885 millones en el resultado no operacional.

La **utilidad antes de impuestos**, excluyendo el efecto de la venta de OK Market, mejoró en CLP 17.980 millones (67,2%) en 1S23 con respecto al 1S22. En el segundo trimestre, la mejora fue de CLP 14.327 millones (404,7%).

Cabe destacar también la **generación de caja** de la Compañía a través de la mejora del flujo operacional en CLP 43.217 millones en el semestre, lo que, junto con el saldo inicial de efectivo y equivalentes, permitió pagar vencimientos de deuda financiera por CLP 46.975 millones y capex por CLP 27.038 millones, quedando con un saldo final de CLP 89.408 millones de caja y manteniendo un excedente importante.

Con respecto a la **posición financiera** de SMU, cabe destacar que en marzo y abril 2023, respectivamente, las clasificadoras **ICR** y **Feller-Rate** mejoraron las **perspectivas de la clasificación de riesgo** desde “estables” a “positivas”, ratificando la clasificación en categoría “A+”. En ambos casos, el cambio fue el resultado de los procesos de revisión anual de cada clasificadora, en base a los estados financieros del año 2022, y destacaron el fortalecimiento de la posición financiera y la persistencia en las mejoras operacionales y financieras. De esta manera, la Compañía queda a un paso de una clasificación de AA-.



Comentarios de la Administración

En relación con la publicación de los resultados del primer semestre y segundo trimestre de 2023, el gerente general de SMU, Marcelo Gálvez, señaló, “Los primeros seis meses de este año se han caracterizado por un contexto macroeconómico complejo y un escenario competitivo desafiante, sumado a una base de comparación muy exigente. A pesar de todo lo anterior, hemos logrado un crecimiento en ventas de 5,4% en el primer semestre, y con nuestro foco permanente en el crecimiento con rentabilidad, nuestro EBITDA aumentó en 3,4% con respecto al primer semestre de 2022, a pesar de las presiones en gastos operacionales. Asimismo, mantuvimos un margen EBITDA en línea con nuestro objetivo anual de 9%”.

El señor Gálvez continuó, “En el primer semestre, registramos utilidades por CLP 40.295 millones, manteniendo una rentabilidad sobre patrimonio de doble dígito. Tal como ocurrió en el primer trimestre, no es posible comparar la utilidad con el mismo período del año anterior, porque en 2022 tuvimos el efecto no recurrente de la venta de OK Market, y adicionalmente, la mayor inflación en 2022 generó un alto efecto positivo en los impuestos diferidos, lo cual no tienen un efecto real en la caja. Sin embargo, la utilidad antes de impuestos, excluyendo el efecto OK Market, mejoró en 67,2% en los primeros seis meses de este año, y en el segundo trimestre fue mayor en casi cinco veces”.

“En los primeros seis meses del año, la generación de caja operacional fue mayor en CLP 43.217 millones con respecto al mismo período de 2022, lo que nos permitió pagar deuda sin la necesidad de refinanciar, además soportando mayores niveles de capex asociados a la implementación de nuestro plan estratégico, y quedando con una holgada posición de caja al cierre del período”.

“En materia operacional, el primer semestre trajo grandes avances en crecimiento orgánico, con tres aperturas de Unimarc, una apertura de MaxiAhorro y una reconversión de Mayorista 10 en Super10, y además la habilitación de tiendas que abriremos durante este tercer trimestre y la entrega de los primeros locales de Montserrat, que abriremos a fines de este año”.

“Con respecto a la experiencia del cliente, nuestro conocimiento de las preferencias de los consumidores, junto con nuestra experiencia en desarrollar e implementar promociones atractivas, nos han permitido entregar soluciones a los clientes de todos nuestros formatos, quienes han estado muy orientados al precio y el ahorro. En los últimos meses hemos fortalecido aún más nuestra estrategia promocional, potenciando las campañas *La Ruta del Ahorro* y *Precios al Chanco* para ayudar a nuestros clientes a maximizar su presupuesto familiar. La oferta de productos de marcas propias también contribuye al ahorro, y seguimos agregando nuevos productos de alta calidad a precios convenientes, con más de 80 lanzamientos en el primer semestre. Los clientes han valorado nuestra oferta de marcas propias, consolidándose marcas como *Nuestra Cocina* y *Amada Masa*, con un importante crecimiento en participación en las ventas”.

“Hemos continuado también con la implementación de herramientas tecnológicas que nos permitan mejorar la eficiencia y productividad de nuestras operaciones, agregando módulos de self-checkout y gestión digital de góndola en tiendas; sumando voice picking en nuevos centros de distribución; e incorporando nuevas categorías de productos en la herramienta de planificación de demanda automatizada”.

“En el eje de organización comprometida y sostenible, buscamos generar valor compartido con todos nuestros grupos de interés. Ejemplo de ello es nuestro programa 100% Nuestro, iniciativa de apoyo a pequeños emprendedores pionera en la industria nacional, a través de la cual les brindamos la posibilidad de vender sus productos en nuestros supermercados Unimarc a lo largo del país, al mismo tiempo que ofrecemos productos de calidad a nuestros clientes. En junio de este año nos sumamos



a la iniciativa Mi Compromiso Pyme, liderada por Unión Emprendedora junto a la consultora EY, que busca incentivar la compra de productos locales. Asimismo, durante estos últimos meses, obtuvimos el sello Estrella Azul, por el cumplimiento de las metas y acciones establecidas en el Acuerdo de Producción Limpia (APL) de Ecoetiquetado de envases y embalajes. También recibimos el reconocimiento de Huella Chile 2023 por el trabajo realizado en cuantificación de la huella de carbono, y además recibimos el sello de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero”.

“Por último, este mes lanzamos una nueva versión de la campaña Unidos, nuestra tradicional iniciativa solidaria que tiene como objetivo recaudar fondos para organizaciones sociales sin fines de lucro que impactan positivamente en la comunidad. Nosotros entregaremos un aporte correspondiente al 10% del monto total de gift cards Unidos comprados por nuestros clientes, durante el período de campaña, a dos beneficiarios: Fundación Las Rosas, organización que se ocupa del cuidado de personas mayores vulnerables, y el Club de Leones Cruz del Sur de Magallanes, que trabaja en la rehabilitación de niños, jóvenes y adultos con discapacidad en la Región de Magallanes. Todo esto, en el marco de nuestro Modelo de Diversidad e Inclusión”, finalizó el Sr. Gálvez.

Highlights

Pago de Dividendo Provisorio

Con fecha 5 de junio de 2023, se repartió a todos los accionistas un dividendo provisorio de \$2,89043 por acción, correspondiente al 75% de las utilidades del primer trimestre de 2023. El monto total ascendió a \$16.658.142.643.

Conference Call

SMU tendrá un conference call y webcast para inversionistas el día jueves 17 de agosto a las 11:00 am de Santiago/ 11:00 am ET para comentar los resultados del segundo trimestre de 2023.

Para conectar desde tu computadora, únete con el siguiente link:

<https://mm.closir.com/slides?id=479040>

Para conectar desde tu teléfono, marca usando los siguientes números de acceso y **Participant Password: 479040**

USA: +1 718 866 4614
Chile: +56 228 401 484
Peru: +51 1706 0950
Brazil: +55 612 017 1549
Mexico: +52 55 1168 9973
UK: +44 203 984 9844

Posteriormente, una grabación de la llamada estará disponible en:

<https://www.smu.cl/inversionistas/informacion-financiera/>



1. Análisis del Estado de Resultados

A continuación se presentan los resultados consolidados de SMU S.A. y Filiales para los períodos de tres y seis meses terminados al 30 de junio de 2023 y 2022. Todas las cifras están expresadas en pesos chilenos (CLP) y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF” o “IFRS”).

Cuadro 1: Estado de Resultados Consolidados

(Millones CLP)	2T23	2T22	Δ%	1S23	1S22	Δ%
Ingresos de Actividades Ordinarias	704.594	671.635	4,9%	1.408.833	1.336.865	5,4%
Costo de Ventas	(488.406)	(474.706)	2,9%	(977.346)	(944.743)	3,5%
Ganancia Bruta	216.188	196.930	9,8%	431.487	392.122	10,0%
<i>Margen Bruto (%)</i>	<i>30,7%</i>	<i>29,3%</i>		<i>30,6%</i>	<i>29,3%</i>	
Gastos de Distribución	(9.935)	(9.279)	7,1%	(20.471)	(18.659)	9,7%
Margen de Contribución	206.253	187.651	9,9%	411.016	373.463	10,1%
<i>Margen de Contribución (%)</i>	<i>29,3%</i>	<i>27,9%</i>		<i>29,2%</i>	<i>27,9%</i>	
Gastos de Administración (Sin Depreciación)	(146.676)	(129.790)	13,0%	(283.738)	(250.331)	13,3%
EBITDA	59.577	57.861	3,0%	127.278	123.132	3,4%
<i>Margen EBITDA (%)</i>	<i>8,5%</i>	<i>8,6%</i>		<i>9,0%</i>	<i>9,2%</i>	
Depreciación y Amortización	(24.776)	(22.502)	10,1%	(48.815)	(43.487)	12,3%
Resultado Operacional	34.801	35.359	(1,6%)	78.463	79.645	(1,5%)
Otras Ganancias (Pérdidas)	614	(1.388)	n.a.	186	16.690	(98,9%)
Ingresos Financieros	2.239	3.204	(30,1%)	5.577	5.131	8,7%
Costos Financieros	(13.271)	(13.343)	(0,5%)	(26.509)	(25.780)	2,8%
Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación	17	(61)	n.a.	45	(52)	n.a.
Diferencias de Cambio	(83)	(34)	142,3%	(375)	(91)	312,0%
Resultados por Unidades de Reajuste	(6.450)	(20.197)	(68,1%)	(12.645)	(30.747)	(58,9%)
Resultado No Operacional	(16.934)	(31.819)	(46,8%)	(33.721)	(34.848)	(3,2%)
Utilidad (Pérdida) Antes de Impuesto	17.867	3.540	404,7%	44.743	44.797	(0,1%)
(Gasto) ingreso por Impuesto a las Ganancias	652	18.150	(96,4%)	(4.447)	26.160	(117,0%)
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Continuas	18.519	21.690	(14,6%)	40.295	70.957	(43,2%)
Utilidad (Pérdida) del Período de Operaciones Discontinuas	0	0	n.a.	0	535	(100%)
Ganancia (Pérdida) del Período	18.519	21.690	(14,6%)	40.295	71.492	(43,6%)
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	18.784	21.690	(13,4%)	40.995	71.492	(42,7%)
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	(265)	0	n.a.	(700)	0	n.a.
Ganancia (Pérdida) del Período	18.519	21.690	(14,6%)	40.295	71.492	(43,6%)

*n.a. = no aplica. Indica la comparación en términos porcentuales entre un número positivo en un período y un número negativo en otro período.



1.1 Resultados de Operaciones

1.1.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

Los **ingresos de actividades ordinarias** del primer semestre de 2023 alcanzaron los CLP 1.408.833 millones, un aumento de 5,4% con respecto a los CLP 1.336.865 millones generados el primer semestre de 2022. Respecto al 2T23, los ingresos fueron CLP 704.594 millones, mayor en un 4,9% a los CLP 671.635 millones generados en el segundo trimestre de 2022.

Cuadro 2: Ingresos (CLP MMM)

INGRESOS (CLP MMM)	2T23	2T22	Δ%	1S23	1S22	Δ%
UNIMARC	466	445	4,5%	942	908	3,8%
MAYORISTAS	220	211	4,5%	430	399	7,8%
OTROS(*)	4,2	1,7	152,6%	8,3	3,3	148,7%
SUPERMERCADOS CHILE	690	658	4,9%	1.380	1.310	5,4%
SUPERMERCADOS PERÚ	14	14	5,2%	29	27	6,0%
TOTAL SMU	705	672	4,9%	1.409	1.337	5,4%

(*) El ítem "Otros" considera todos los ingresos distintos a los generados por los formatos operacionales de la Compañía. Adicionalmente, en 2T23 y 1S23 incluye los ingresos del negocio de servicios financieros (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 23).

Los ingresos del segmento Supermercados Chile crecieron en 5,4% en 1S23 con respecto a 1S22, y en 4,9% en 2T23 con respecto a 2T22, a pesar de la alta base de comparación. Por formato, los ingresos del segmento mayoristas, que incluye los formatos de precio Alvi, Mayorista 10 y Super10, crecieron en 7,8% por sobre el 1S22, período en que los ingresos ya habían crecido 25,7%. Asimismo, en 2T23 los ingresos crecieron 4,5%, cuando la base de comparación del 2T22 consideraba un crecimiento de 30,9%. En el caso de Unimarc, el supermercado tradicional, el crecimiento en ingresos fue de un 3,8% en el primer semestre de 2023 con respecto al 1S22, y de un 4,5% en 2T23 con respecto a 2T22.

La estrategia multiformato de SMU le permite satisfacer las necesidades de sus clientes en diferentes segmentos socioeconómicos y con distintos niveles de sofisticación. Durante los últimos trimestres, los consumidores han estado muy orientados al precio y el ahorro, y la Compañía ha respondido a través de diferentes iniciativas, incluyendo promociones y la expansión de su oferta de productos de marcas propias. En todos los formatos, se mantuvo la tendencia de aumento en el tráfico que se ha visto en los últimos períodos. En tanto, el ticket promedio siguió bajando paulatinamente, pero en menor medida que el aumento en transacciones, y se mantiene muy por sobre los niveles históricos.

Las ventas online, realizadas tanto a través de las plataformas propias de SMU, así como también a través de alianzas estratégicas con *last milers*, representaron un 2,6% de participación de las ventas de locales con operaciones online en el 1S23³. El crecimiento en las ventas online en los últimos períodos se explica por la mayor penetración de Unimarc.cl, donde aumentos en el número de transacciones y en el ticket promedio reflejan la mejor experiencia de los clientes, producto de

³ Considera el formato Unimarc.



promociones atractivas, como el *Cyber Day* del segundo trimestre, y mejoras operacionales, incluyendo el *micro-fulfillment center*, que ayuda a que los pedidos sean más completos y exactos.

Los ingresos de Supermercados Perú aumentaron en un 6,0% en 1S23 con respecto al 1S22, medido en pesos chilenos (+7,8% en moneda local), mientras que para 2T23, los ingresos crecieron en un 5,2% con respecto a 2T22, medido en pesos chilenos (8,9% en moneda local). Este crecimiento ha sido impulsado principalmente por nuevas aperturas de tiendas del formato Maxiahorro, las cuales son el foco del crecimiento futuro de SMU en Perú.

Cuadro 3: Evolución de Ventas de Locales Equivalentes (SSS) (%)

SSS (Δ %)	2T23	2T22	1S23	1S22
UNIMARC	3,0%	10,7%	2,4%	13,7%
MAYORISTAS	4,4%	26,9%	7,5%	22,6%
SUPERMERCADOS CHILE	3,5%	15,2%	3,9%	16,2%
SUPERMERCADOS PERÚ	3,4%	3,5%	1,2%	4,9%
TOTAL SUPERMERCADOS	3,4%	15,4%	3,8%	16,2%

Las **ventas de locales equivalentes (SSS)** aumentaron en un 3,8% en el primer semestre de 2023 y un 3,4% en el segundo trimestre, sobre la alta base de comparación de 2022 que presentó niveles de consumo más elevados. Por formato, el segmento mayoristas mantiene un mejor desempeño, creciendo un 7,5% en 1S23 y un 4,4% en 2T23, mientras que Unimarc registra un 2,4% de aumento en 1S23 y un 3,0% en 2T23. En el caso de Supermercados Perú, las SSS (medido en soles) aumentaron en un 1,2% en 1S23, y un 3,4% en 2T23. La mejora en las ventas de locales equivalentes refleja el buen desempeño que han obtenido las tiendas aperturadas en los últimos años.

Cuadro 4: Evolución de las Ventas por Metro Cuadrado (CLP M/M²)(*)

VENTAS POR M ² (CLP M/M ²)	2T23	2T22	Δ %	1S23	1S22	Δ %
SUPERMERCADOS CHILE	479	466	2,9%	480	464	3,4%
SUPERMERCADOS PERÚ	240	240	0,0%	239	237	0,6%
TOTAL SUPERMERCADOS	469	457	2,7%	470	455	3,3%

(*) Las ventas por metro cuadrado de Supermercados Perú y Total Supermercados de 2T22 y 1S22 se modifican respecto a las cifras originalmente publicadas para corregir un error de cálculo.

Las **ventas por metro cuadrado** alcanzaron CLP 470.248 para 1S23, un 3,3% mayor que en 1S22, mientras que en 2T22 fueron CLP 469.341, un aumento de un 2,7%. En Chile se registró un aumento de 3,4% en 1S23 y de un 2,9% en 2T22, mientras que en Perú hubo un incremento (medido en pesos chilenos) de un 0,6% en 1S23, y en el segundo trimestre, se mantuvieron estables, a pesar del crecimiento en ingresos, reflejando el aumento en la superficie de venta por las nuevas aperturas que todavía no alcanzan la madurez en materia de ventas.



Cuadro 5: Número de Locales y Superficie de Ventas (Miles de M²)

N° LOCALES	2T23	2T22	SUPERFICIE DE VENTAS (MILES M ²)	2T23	2T22
UNIMARC	287	281	UNIMARC	351,020	345,640
MAYORISTAS	94	95	MAYORISTAS	121,582	122,657
SUPERMERCADOS CHILE	381	376	SUPERMERCADOS CHILE	472,603	468,297
SUPERMERCADOS PERÚ	30	27	SUPERMERCADOS PERÚ	20,037	18,927
TOTAL SUPERMERCADOS	411	403	TOTAL SUPERMERCADOS	492,639	487,223

Cuadro 6: Evolución de Aperturas y Cierres de Locales

APERTURAS Y CIERRES	2T22		3T22		4T22		1T23		2T23	
	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.	APER.	CIER.
UNIMARC	0	0	3	0	1	0	1	0	2	1
MAYORISTAS	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
SUPERMERCADOS CHILE	0	1	3	0	1	0	1	0	2	2
SUPERMERCADOS PERÚ	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0

Al cierre del segundo trimestre de 2023, SMU cuenta con 381 locales en Chile, distribuidos entre Arica y Punta Arenas, seis más que los 376 locales al cierre del 2T22, y un total de 472.603 metros cuadrados. En Perú, se totalizan 30 locales, un crecimiento de tres en comparación a los 27 locales de 2T22, que representan 20.307 metros cuadrados, lo que da un total de **411 tiendas** y **492.639 metros cuadrados** entre Chile y Perú.

Durante el primer semestre de 2023, la Compañía abrió tres locales de Unimarc: en Puerto Montt (Tepual), Puente Alto (Las Vizcachas) y Machalí, avanzando así con el plan de aperturas para el año. Además, se abrió un nuevo Maxiahorro en Perú, y se realizó una conversión de Mayorista 10 a Super10 en la Región Metropolitana. Durante el período también se registraron dos cierres de tienda, un local Unimarc que será reconstruido como parte de un nuevo proyecto inmobiliario en el lugar y un local Mayorista 10 que sufrió un incendio.

En los últimos 12 meses, la Compañía ha registrado un total de 10 nuevas aperturas (ocho aperturas netas), así reflejando los avances en la implementación de su plan estratégico.



1.1.2 Gastos de Distribución y Gastos de Administración

Los **gastos operacionales** (gastos de distribución más los gastos de administración y ventas (sin depreciación y amortización)) totalizaron CLP 304.209 millones en el primer semestre de 2023, un aumento de 13,1% con respecto a los CLP 268.990 millones registrados en 1S22. Como proporción de la venta, los gastos operacionales fueron un 21,6% en el primer semestre de 2023, un aumento de 150 pbs con respecto al 20,1% registrado el primer semestre de 2022. En cuanto al segundo trimestre 2023, los gastos operacionales fueron CLP 156.612 millones (22,2% de la venta), un aumento del 12,6% con respecto a los CLP 139.068 millones (20,7% de la venta) registrados en 2T22.

Los **gastos de distribución** del primer semestre de 2023 alcanzaron CLP 20.471 millones, un aumento de 9,7% con respecto a los CLP 18.659 millones de 1S22. Como porcentaje de la venta, los gastos de distribución alcanzaron 1,5% en 1S23, similar al 1,4% del primer semestre de 2022. Para el período 2T23, los gastos de distribución alcanzaron los CLP 9.935 millones (1,4% de la venta), un aumento del 7,1% respecto a los CLP 9.279 millones (1,4% de la venta) del mismo período del año anterior. El aumento en los gastos de distribución es explicado por el alza en el precio del petróleo, sumado a los altos niveles de inflación, variables que influyen en el polinomio de las tarifas de transporte.

Los **gastos de administración** (excluyendo la depreciación y amortización) totalizaron CLP 283.738 millones (20,1% de la venta) en el primer semestre de 2023, un aumento de 13,3% respecto a los CLP 250.331 millones (18,7% de la venta) registrados en 1S22. En cuanto al segundo trimestre de 2023, los gastos de administración alcanzaron CLP 146.676 millones (20,8% de la venta), un aumento de 13,0% con respecto a los CLP 129.790 millones (19,3% de la venta) del 2T22.

Las principales variaciones en los gastos de administración para el primer semestre de 2023 fueron:

- a. Aumento de CLP 20.199 millones (+16,7% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio (16,7%) y ajustes de inflación (12,5%), parcialmente compensado por una menor dotación promedio.
- b. Aumento de CLP 3.838 millones (+7,5% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad, seguridad y aseo, los cuales están fuertemente ligados a alzas de inflación y salario mínimo, además de un mayor gasto asociado a mayores ventas en Unimarc.cl.
- c. Aumento de CLP 2.518 millones (+23,6%) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago, las mayores tasas de cobro por el modelo de cuatro partes, y además el incremento en las ventas.
- d. Aumento de CLP 2.497 millones (+35,1% a/a) en servicios externos, principalmente debido a la implementación de proyectos estratégicos.
- e. Aumento de CLP 1.945 millones (+18,9% a/a) en servicios informáticos, debido principalmente a la implementación de nuevas herramientas y al impacto de la inflación.
- f. Aumento de CLP 1.921 millones (+27,4% a/a) en publicidad, debido al lanzamiento de nuevas campañas.
- g. Aumento de CLP 1.513 millones (+23,1% a/a) en seguros, debido al aumento en el costo de las pólizas.



Las principales variaciones en los gastos de administración para el segundo trimestre de 2023 fueron:

- a. Aumento de CLP 8.665 millones (+13,4% a/a) en gastos de personal, principalmente explicado por el mayor salario mínimo promedio y ajustes por inflación.
- b. Aumento de CLP 2.147 millones (+8,5% a/a) en servicios, principalmente explicado por alzas en las tarifas de servicios de electricidad, seguridad y aseo, los cuales están fuertemente ligados a alzas de inflación y salario mínimo, además de un mayor gasto asociado a mayores ventas en Unimarc.cl.
- c. Aumento de CLP 1.565 millones (+39,4% a/a) en publicidad, debido al lanzamiento de nuevas campañas.
- d. Aumento de CLP 1.094 millones (+18,8% a/a) en comisión tarjetas, debido principalmente al mayor uso de tarjetas de crédito y débito como medio de pago, las mayores tasas de cobro por el modelo de cuatro partes, y además el incremento en las ventas.
- e. Aumento de CLP 1.047 millones (+27,4% a/a) en servicios externos, debido principalmente a la implementación de proyectos estratégicos.

Cuadro 7: Dotación Promedio

DOTACIÓN PROMEDIO	2T23	2T22	Δ%	1S23	1S22	Δ%
LOCALES CHILE	21.019	22.101	-4,9%	21.287	22.280	-4,5%
CORPORATIVO CHILE	2.217	2.032	9,1%	2.207	2.028	8,9%
SUPERMERCADOS CHILE	23.236	24.133	-3,7%	23.494	24.308	-3,3%
LOCALES PERÚ	551	517	6,7%	553	523	5,8%
CORPORATIVO PERÚ	165	160	3,1%	165	160	3,0%
SUPERMERCADOS PERÚ	716	676	5,9%	718	683	5,2%
TOTAL SUPERMERCADOS	23.952	24.810	-3,5%	24.212	24.991	-3,1%



1.1.3 Ganancia Bruta, Margen de Contribución y EBITDA

La **ganancia bruta** para el primer semestre de 2023 alcanzó los CLP 431.487 millones, un aumento de 10,0% con respecto a los CLP 392.122 millones generados el primer semestre de 2022. Con respecto al segundo trimestre, la ganancia bruta alcanzó los CLP 216.188 millones, un aumento de 9,8% con respecto a los CLP 196.930 millones totalizados en 2T22. En términos de margen bruto porcentual, este alcanzó 30,6% en 1S23, una expansión de 130 puntos base con respecto al 29,3% del 1S22, reflejando la mayor eficiencia comercial. Asimismo, el margen porcentual del 2T23 alcanzó 30,7%, comparado con 29,3% en 2T22, un aumento de 140 pb.

El **margen de contribución** del primer semestre de 2023 alcanzó CLP 411.016 millones (29,2% de los ingresos), un aumento de 10,1% con respecto a los CLP 373.463 millones (27,9% de los ingresos) de 1S22. En cuanto al segundo trimestre de 2023, el margen de contribución alcanzó CLP 206.253 millones (29,3% de los ingresos), un aumento de 9,9% con respecto a los CLP 187.651 millones (27,9% de los ingresos) obtenidos en 2T22.

El **EBITDA** del primer semestre de 2023 ascendió a CLP 127.278 millones, un incremento de un 3,4% con respecto a los CLP 123.321 millones del primer semestre de 2022. El margen EBITDA alcanzó un 9,0% en 1S23, menor en 20 pb del 9,2% registrado en 1S22, por la alta base de comparación en el primer trimestre, pero en línea con el objetivo anual de 9%. Respecto al segundo trimestre de 2023, el EBITDA alcanzó CLP 59.577 millones (margen EBITDA 8,5%), un incremento de 3,8% comparado con CLP 57.861 millones (margen EBITDA 8,6%) del 2T22.

El **EBITDA ajustado por arriendo de locales** (EBITDA considerando todos los gastos de arriendo, incluyendo aquellos que no se incluyen en los gastos de administración, producto de la NIIF 16) del primer semestre de 2023 alcanzó CLP 84.652 millones, menor en 1,8% con respecto a los CLP 86.208 millones del 1S22, debido al mayor pago de arriendos asociado a la mayor inflación. Asimismo, en el segundo trimestre de 2023, el EBITDA ajustado por arriendo de locales alcanzó CLP 38.145 millones (CLP 39.151 millones en 2T22).

El **resultado operacional** del primer semestre de 2023 alcanzó CLP 78.463 millones, levemente por debajo de los CLP 79.645 millones del 1S22, producto del aumento de 12,3% de la depreciación y amortización, reflejando los mayores niveles de inversión de la Compañía en los últimos años como parte de sus planes estratégicos. Asimismo, el resultado del 2T23 ascendió a CLP 34.801 millones (CLP 35.359 millones en 2T22), con un aumento de 10,1% en la depreciación y amortización.



1.2 Resultado No Operacional⁴ e Impuesto a las Ganancias

El **resultado no operacional** de SMU para el primer semestre de 2023 totalizó una pérdida de CLP -33.721 millones, una mejora de CLP 1.128 millones con respecto a la pérdida de CLP -34.848 millones registrada en 1S22, a pesar del efecto no recurrente de la venta de OK Market en 1S22 (ganancia por CLP 18.034 millones) en las **otras ganancias**. Al excluir este efecto, la mejora en el resultado no operacional es de CLP 19.162 millones, principalmente explicado por una mejora de CLP 18.102 millones en la **pérdida por unidades de reajuste**.

En cuanto al segundo trimestre de 2023, la pérdida no operacional totalizó CLP -16.934 millones, mejor en CLP 14.855 millones con respecto a los CLP -31.819 millones registrados en 2T22. La principal variación en el período fue una mejora de CLP 13.747 millones en la pérdida por unidades de reajuste, explicada por la menor inflación con respecto al 2T22.

El **gasto por impuestos a las ganancias** del primer semestre de 2023 alcanzó CLP -4.447 millones, una variación negativa de CLP -30.607 millones con respecto al ingreso de CLP 26.160 millones registrado en 1S22. Respecto al segundo trimestre de 2023, el impuesto fue una ganancia de CLP 652 millones, menor en CLP -17.498 millones a los CLP 18.150 millones del 2T22. En ambos períodos, la variación se explica principalmente por la menor corrección monetaria sobre pérdidas tributarias acumuladas y otras partidas tributarias, debido a la menor inflación en 1S23 vs. 1S22, y por la mayor utilidad antes de impuestos (excluyendo el efecto de la venta de OK Market en 1S22).

1.3 Resultados de Operaciones Discontinuadas: OK Market

Con fecha 28 de febrero de 2022, el negocio de conveniencia OK Market se vendió, por lo que los resultados de este negocio se presentan consolidados en una línea, "Utilidad del período de operaciones discontinuadas", en los estados financieros consolidados de SMU al 30 de junio de 2023 (ver Nota Sobre Presentación y Comparación de Información, página 23).

Los resultados de SMU del 1S22 incluyen los dos meses en que OK Market operó como parte del Grupo SMU, generando una utilidad de CLP 535 millones, mientras que en 1S23, 2T22 y 2T23, ya no formó parte de las operaciones.

⁴ Resultado No Operacional = Ingresos y Costos Financieros + Participación en las Ganancias/Pérdidas de Asociadas + Diferencias de Cambio + Resultado por Unidades de Reajustes + Otros Ingresos y Gastos



1.4 Resultado Neto

La **utilidad neta** para el primer semestre de 2023 alcanzó los CLP 40.295 millones, menor en CLP 31.196 millones (43,6%) con respecto a los CLP 71.492 millones obtenidos en el primer semestre de 2022, principalmente explicado por el efecto no recurrente de la venta de OK Market en 1S22 (CLP 20.538 millones).

Al excluir el efecto de OK Market, la utilidad sería menor en CLP 10.123 millones vs. 1S22, principalmente explicado por la variación negativa de CLP 28.103 millones en el impuesto a las ganancias (asociada a la menor inflación y al mejor resultado antes de impuestos), parcialmente compensado por una mejora de CLP 19.162 millones en el resultado no operacional (asociada a la menor inflación).

La utilidad neta del segundo trimestre de 2023 alcanzó los CLP 18.519 millones, menor en CLP 3.171 millones (14,6%) en comparación a los CLP 21.690 millones registrados en 2T22. La variación se explica principalmente por el menor ingreso por impuesto a las ganancias (diferencia de CLP 17.498 millones vs. 2T22), parcialmente compensado por la mejora de CLP 14.885 millones en el resultado no operacional.

La **utilidad antes de impuestos**, excluyendo el efecto de la venta de OK Market, mejoró en CLP 17.980 millones (67,2%) en 1S23 con respecto al 1S22. En el segundo trimestre, la mejora fue de CLP 14.327 millones (404,7%).



2. Análisis del Estado de Situación Financiera

Cuadro 8: Estado de Situación Financiera al 30 de junio de 2023 y 31 de diciembre 2022

(Millones CLP)	Junio 2023	Diciembre 2022	Δ s	Δ %
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	89.408	124.531	(35.123)	(28,2%)
Otros Activos Financieros Corrientes	3.614	6.734	(3.120)	(46,3%)
Otros Activos No Financieros Corrientes	28.699	35.737	(7.038)	(19,7%)
Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar Corrientes	53.577	81.633	(28.057)	(34,4%)
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas Corrientes	230	401	(171)	(42,7%)
Inventarios	239.061	245.353	(6.293)	(2,6%)
Activos por Impuestos Corrientes	2.335	2.844	(509)	(17,9%)
Total Activos Corrientes	416.923	497.235	(80.312)	(16,2%)
ACTIVOS NO CORRIENTES				
Otros Activos Financieros No Corrientes	402	396	6	1,4%
Otros Activos No Financieros No Corrientes	2.739	3.921	(1.182)	(30,1%)
Cuentas por Cobrar No Corrientes	41.331	41.358	(27)	(0,1%)
Inversiones Contabilizadas Utilizando el Método de la Participación	3.222	3.253	(30)	(0,9%)
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	66.733	67.473	(740)	(1,1%)
Plusvalía	473.408	472.939	469	0,1%
Propiedades, Plantas y Equipos Neto	764.470	762.790	1.680	0,2%
Activos por Impuestos Diferidos	474.736	479.271	(4.535)	(0,9%)
Total Activos No Corrientes	1.827.042	1.831.402	(4.360)	(0,2%)
TOTAL ACTIVOS	2.243.965	2.328.637	(84.672)	(3,6%)
PASIVOS				
PASIVOS CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros Corrientes	164.153	164.346	(193)	(0,1%)
Cuentas Comerciales y Otras Cuentas por Pagar Corrientes	409.945	446.798	(36.853)	(8,2%)
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas Corrientes	662	1.017	(355)	(34,9%)
Otras Provisiones Corrientes	3.177	3.033	144	4,7%
Pasivos por Impuestos Corrientes	1.182	257	925	359,8%
Beneficios a los Empleados	35.874	26.223	9.652	36,8%
Otros Pasivos No Financieros Corrientes	1.749	10.765	(9.016)	(83,8%)
Total Pasivos Corrientes	616.742	652.438	(35.696)	(5,5%)
PASIVOS NO CORRIENTES				
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	838.804	876.600	(37.796)	(4,3%)
Beneficios a los Empleados	592	12.267	(11.675)	(95,2%)
Total Pasivos No Corrientes	839.396	888.868	(49.472)	(5,6%)
TOTAL PASIVOS	1.456.138	1.541.305	(85.167)	(5,5%)
PATRIMONIO				
Capital Emitido	523.742	523.742	-	0,0%
Acciones Propias en Cartera	(833)	(833)	-	0,0%
Utilidad (Pérdida) Acumulada	115.480	114.582	898	0,8%
Otras Reservas	145.725	145.428	297	0,2%
Patrimonio Neto Atribuible a los Propietarios de la Controladora	784.114	782.919	1.196	0,2%
Participaciones No Controladoras	3.712	4.412	(700)	(15,9%)
Total Patrimonio	787.827	787.331	496	0,1%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	2.243.965	2.328.637	(84.672)	(3,6%)



2.1 Activos

Al 30 de junio de 2023, los **activos totales** de SMU disminuyeron en CLP 84.672 millones (3,6%) con respecto al 31 de diciembre de 2022, totalizando CLP 2.243.965 millones.

Los **activos corrientes** al 30 de junio de 2023 disminuyeron en CLP 80.312 millones (16,2%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 416.923 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 35.123 millones en efectivo y equivalente al efectivo, explicado en gran parte por el pago de vencimientos de deuda bancaria y obligaciones con el público durante el período (CLP 46.975 millones), sin tomar refinanciamientos, además de las otras variaciones descritas en la Sección 3. Análisis del estado de flujo de efectivo.
- b. Disminución de CLP 28.057 millones en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, principalmente explicado por la disminución de la cuenta por cobrar a Transbank debido a la estacionalidad del negocio.
- c. Disminución de CLP 7.038 millones en otros activos no financieros corrientes, debido principalmente a un menor IVA crédito fiscal (CLP 7.401 millones).
- d. Disminución de CLP 6.293 millones en inventarios.
- e. Disminución de CLP 3.120 millones en otros activos financieros corrientes, lo cual es explicado por el rescate de un depósito a plazo.

Los **activos no corrientes** al 30 de junio de 2023 disminuyeron en CLP 4.360 millones (0,2%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 1.827.042 millones. Las principales variaciones en el período fueron:

- a. Disminución de CLP 4.535 millones en activos por impuestos diferidos, explicado principalmente por una disminución de CLP 17.350 millones en los activos por impuestos diferidos, parcialmente compensado por una disminución de CLP 12.815 millones en los pasivos por impuestos diferidos.
- b. Aumento de CLP 1.680 millones en propiedades, plantas y equipos neto, explicado principalmente por las adiciones del período (CLP 48.879 millones), parcialmente compensado por la depreciación del período (CLP 45.360 millones)
- c. Disminución de CLP 1.182 millones en otros activos no financieros no corrientes, debido al traspaso a corriente de seguros pagados por anticipado, por las cuotas que corresponden a los próximos 12 meses.



2.2 Pasivos

Al 30 de junio de 2023, los **pasivos totales** de SMU disminuyeron en CLP 85.167 millones (5,5%) con respecto al 31 de diciembre de 2022, totalizando CLP 1.456.138 millones.

Los **pasivos corrientes** al 30 de junio de 2023 disminuyeron en CLP 35.696 millones (5,5%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 616.742 millones.

Las principales variaciones durante el período fueron:

- Disminución de CLP 36.853 millones en cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes, explicado principalmente por la fecha de corte de fin de mes.
- Aumento de CLP 9.652 millones en provisiones por beneficios a empleados corrientes, principalmente explicado por un aumento de CLP 10.908 millones en la provisión de beneficios y bonos al personal, reflejando el traspaso al corriente del incentivo de largo plazo, además del registro de incentivos del período actual, parcialmente compensado por el consumo de la provisión de incentivos del período 2022.
- Disminución de CLP 9.016 millones en otros pasivos no financieros corrientes, lo cual es principalmente explicado por un menor IVA débito fiscal (CLP 8.992 millones).

Cabe mencionar que, si bien los **otros pasivos financieros corrientes** se mantuvieron estables entre diciembre 2022 y junio 2023, la Compañía ha realizado pagos de pasivos financieros por CLP 76.462 millones durante el período, incluyendo deuda financiera (bancos y bonos) por CLP 46.975 millones, y pasivos por derechos de uso (con y sin opción de compra) por CLP 29.487 millones, compensado por traspasos de no corriente a corriente de los próximos vencimientos.

Los **pasivos no corrientes** al 30 de junio de 2023 disminuyeron en CLP 49.472 millones (5,6%) respecto de diciembre de 2022, totalizando CLP 839.396 millones. La principal variación en el período fue una disminución de CLP 37.796 millones en **otros pasivos financieros no corrientes**, explicado por el traspaso al corriente de obligaciones con el público (CLP 42.824 millones), obligaciones por derechos de uso (CLP 23.551 millones), y préstamos bancarios (CLP 2.000 millones). Lo anterior, parcialmente compensado por el aumento en el valor de la UF. Adicionalmente, hubo una disminución de CLP 11.675 millones en **provisiones por beneficios a empleados**, principalmente explicado por el traspaso al corriente del incentivo a largo plazo.

2.3 Patrimonio

El **patrimonio** presenta un aumento de CLP 496 millones (0,1%), explicado principalmente por el aumento de CLP 898 millones en resultados acumulados: CLP 40.295 millones por las utilidades del ejercicio, compensado por dividendos pagados por CLP 40.097 millones.



3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Cuadro 9: Estado de Flujos de Efectivo para los períodos de seis meses terminados al 30 de junio de 2023 y 2022

(Millones CLP)	Junio 2023	Junio 2022	Δ\$
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Operación	132.034	88.816	43.217
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Inversión	(23.081)	24.928	(48.008)
Flujo de Efectivo Neto Procedente de (Utilizado en) Actividades de Financiación	(144.076)	(110.078)	(33.998)
Incremento (Disminución) Neto en el Efectivo y Equivalentes al efectivo, antes del Efecto de los Cambios en la Tasa de Cambio	(35.123)	3.666	(38.790)
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(35.123)	3.666	(38.790)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Principio del Período	124.531	113.794	10.737
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	89.408	117.460	(28.052)

Durante el primer semestre de 2023, el flujo procedente de **actividades de la operación** totalizó CLP 132.034 millones, mayor en CLP 43.217 millones con respecto a los CLP 88.816 millones obtenidos en el primer semestre de 2022. La mayor generación de flujo se explica por mayores cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios (CLP 91.634 millones), parcialmente compensado por aumentos en pagos a proveedores (CLP 41.074 millones) y a empleados (CLP 13.672 millones). Por otra parte, los otros pagos operacionales disminuyeron en CLP 5.817 millones, principalmente asociado a menores pagos de IVA por mayores compras de bienes y servicios.

El flujo utilizado en **actividades de inversión** alcanzó una salida neta de CLP -23.080 millones en el primer semestre de 2023, una variación negativa de CLP 48.008 millones con respecto a la entrada neta de CLP 24.928 millones del primer semestre de 2022. Esta variación se dio principalmente por la venta de OK Market, generando una entrada de CLP 49.100 millones en 1S22. El principal desembolso de ambos períodos corresponde a **CAPEX**, que incluye la compra de propiedad, planta y equipo, y también la compra de activos intangibles, totalizando CLP 27.038 en 1S23 y CLP 22.397 millones en 1S22.

El flujo de **actividades de financiación** alcanzó una salida neta de CLP -144.076 millones en el primer semestre de 2023, principalmente explicado por (i) reembolsos de préstamos por CLP 46.975 millones; (ii) pagos de dividendos por CLP 40.097 millones; (iii) pagos de arrendamientos financieros por CLP 29.487 millones; y (iv) pago de intereses por CLP 27.517 millones. En tanto, en el primer semestre de 2022, las actividades de financiación generaron una salida neta de CLP -110.078 millones, explicado por (i) pago de dividendos por CLP 59.088 millones; (ii) reembolso de préstamos por CLP 32.354 millones; (iii) pago de intereses por CLP 25.151 millones; y (iv) pago de arrendamientos financieros por CLP 24.766 millones, parcialmente compensado por importes procedentes de préstamos de largo plazo por CLP 31.820 millones, por la colocación de los bonos serie AO.



4. Indicadores Financieros

Cuadro 10: Indicadores Financieros

			Jun. 2023	Dic. 2022
LIQUIDEZ				
Índice de Liquidez	veces	$\text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente}$	0,68	0,76
Razón Ácida	veces	$(\text{Activo corriente menos inventario}) / \text{Pasivo corriente}$	0,29	0,39
ENDEUDAMIENTO				
Pasivo Exigible / Activos Totales	veces	$\text{Total pasivos} / \text{Total activos}$	0,65	0,66
Pasivo Exigible / Patrimonio	veces	$\text{Total pasivos} / \text{Patrimonio}$	1,85	1,96
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{Patrimonio}$	0,54	0,54
Pasivo Exigible Corto Plazo / Pasivo Exigible Total	%	$\text{Total pasivos corrientes} / \text{Total pasivos}$	42,35	42,33
Pasivo Financiero Neto / EBITDA	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{EBITDA de los últimos 12 meses}$	3,38	3,44
ACTIVIDAD				
Rotación de Inventarios	días	$\text{Inventario promedio del período} / \text{Costo de ventas diario del período}$	44,61	43,14
Rotación de Cuentas por Cobrar	días	$\text{Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes promedio del período} / (\text{Ingreso por actividades ordinarias diario del período} \times 1,19)$	7,26	9,38
Rotación de Cuentas por Pagar	días	$\text{Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes promedio del período} / (\text{Costo de ventas diario del período} \times 1,19)$	66,30	66,14
EFICIENCIA (Anualizado)				
Cobertura de Gastos Financieros (Últimos 12 meses)	veces	$\text{EBITDA de los últimos 12 meses} / (\text{gastos financieros de los últimos 12 meses} - \text{ingresos financieros de los últimos 12 meses})$	6,48	6,42
Margen Bruto (Últimos 12 meses)	%		30,18	29,55
EBITDA (Últimos 12 meses)	CLP MM		270.479	266.332
Margen EBITDA (Últimos 12 meses)	%		9,33	9,42
RENTABILIDAD (Anualizado)				
ROA (Rentabilidad sobre activos)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / \text{Activos totales}$	4,49	5,67
ROA (Rentabilidad sobre activos excluyendo plusvalía)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / (\text{Activos totales} - \text{plusvalía})$	5,70	7,12
ROE (Rentabilidad sobre patrimonio)	%	$\text{Utilidad últimos 12 meses} / \text{Patrimonio}$	12,80	16,77
ROIC (Retorno sobre capital empleado)	%	$\text{Resultado operacional últimos 12 meses} / (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios} + \text{intangibles} + \text{plusvalía} + \text{propiedad, planta y equipos})$	10,87	10,72
ROIC (Retorno sobre capital empleado excluyendo plusvalía)	%	$\text{Resultado operacional últimos 12 meses} / (\text{Cuentas por cobrar} + \text{inventarios} + \text{intangibles} + \text{propiedad, planta y equipos})$	15,45	15,10
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales				
EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	CLP MM	$\text{EBITDA considerando gastos de arriendo no incluidos en gastos de administración}$	186.740	188.296
Cobertura de Gastos Financieros Ajustado por Arriendo de Locales (Últimos 12 meses)	veces	$\text{EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses} / (\text{gastos financieros de los últimos 12 meses} - \text{intereses por obligaciones por derechos de uso de los últimos 12 meses} - \text{ingresos financieros de los últimos 12 meses})$	18,38	17,52
Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado por Arriendo de Locales	veces	$(\text{Otros pasivos financieros corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso corrientes} + \text{Otros pasivos financieros no corrientes} - \text{Obligaciones por derechos de uso no corrientes} - \text{Efectivo y equivalentes al efectivo}) / \text{EBITDA ajustado por arriendo de locales de los últimos 12 meses}$	2,29	2,26

Con respecto a los indicadores de **liquidez**, la disminución en junio 2023 con respecto a diciembre 2022 se explica porque la disminución en los activos corrientes es mayor que la disminución en los pasivos corrientes, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **endeudamiento**, no existen grandes variaciones entre junio 2023



y diciembre 2022.

En cuanto a los indicadores de **actividad**, las principales variaciones se observan en la rotación de cuentas por cobrar corrientes, debido a una disminución en este rubro, por las razones que se describen en la sección 2 del presente documento.

Con respecto a los indicadores de **eficiencia** y **rentabilidad**, la menor rentabilidad se explica principalmente porque en los últimos 12 meses a junio 2023, no se incluye el efecto no recurrente de la venta de OK Market en la utilidad, a diferencia de los 12 meses a diciembre 2022.

5. Gestión de Riesgos

En la Nota 4 a los Estados Financieros Consolidados de SMU S.A. al 30 de junio de 2023, se encuentra una descripción de los principales riesgos que enfrenta la Compañía, así como de las medidas utilizadas para mitigar dichos riesgos.



6. Hechos Relevantes del Período

1. Con fecha 27 de marzo de 2023, mediante hecho esencial, se comunicó que el Directorio de SMU S.A. acordó
 - a. Citar a Junta Ordinaria de Accionistas (en adelante “la Junta”) de la Sociedad para el día 20 de abril de 2023, a las 10:00 horas, en las oficinas de la Sociedad ubicadas en calle Cerro El Plomo N° 5680, piso 11, comuna de Las Condes, Santiago, y someter a consideración de la Junta todos los asuntos de su competencia, incluyendo las siguientes materias:
 - i. Pronunciamiento sobre la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2022;
 - ii. Pronunciamiento sobre el Informe de los Auditores Externos;
 - iii. Pronunciamiento sobre la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2023 e informar gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2022;
 - iv. Informar sobre las actividades y gastos del Comité de Directores del ejercicio 2022 y determinación de su remuneración y presupuesto para el ejercicio 2023;
 - v. Dar a conocer la información prevista en el Título XVI de la Ley 18.046;
 - vi. Designación de la Empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2023;
 - vii. Designación de los Clasificadores Privados de Riesgo para el ejercicio 2023;
 - viii. Pago de dividendo y distribución de utilidades del ejercicio 2022;
 - ix. Designación del periódico donde se realizarán las publicaciones de la Sociedad hasta la próxima junta ordinaria de accionistas; y
 - x. Otras materias de interés social y de competencia de la Junta Ordinaria.
 - b. Proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas, repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2022, un dividendo de \$4,06695 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$6,47041 por acción, \$2,82270 por acción y \$3,81874 por acción, pagados a partir del 6 de junio 2022, 6 de septiembre de 2022, y 7 de diciembre 2022, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de \$99.065.586.952. El saldo pendiente a distribuir asciende a \$4,06695 por acción, equivalente a un monto total de \$23.438.669.409. En caso de ser aprobada la distribución de dicho dividendo, éste se pagaría a contar del día 28 de abril de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
2. Con fecha 30 de marzo, la empresa clasificadora de riesgos ICR mejoró la tendencia de la clasificación de los bonos de SMU desde A+ (tendencia estable) hasta A+ (tendencia positiva).
3. Mediante el hecho esencial del 20 de abril de 2023, se comunicaron los acuerdos de la Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada ese día:
 - a) Aprobar la Memoria, Balance General y Estados Financieros de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2022.
 - b) Aprobar el Informe de los Auditores Externos.
 - c) Aprobar la remuneración del Directorio y otros Comités Corporativos para el ejercicio 2023. Se informó además de los gastos del Directorio correspondientes al ejercicio 2022.
 - d) Aprobar las remuneraciones del Comité de Directores y su presupuesto para el ejercicio 2023, junto con informar sobre las actividades y gastos de dicho comité durante el ejercicio 2022.
 - e) Aprobar el informe sobre las operaciones del Título XVI de la Ley 18.046.



- f) Designar a KPMG Auditores Consultores Limitada como empresa de Auditoría Externa para el ejercicio 2023 y a Feller-Rate Clasificadora de Riesgos Limitada e ICR Compañía Clasificadora de Riesgos Limitada, como clasificadoras de riesgos para el ejercicio 2023.
 - g) Designar al Diario la tercer en su segmento el Pulso como periódico en el cual deberán realizarse las publicaciones sociales.
 - h) Repartir como dividendo definitivo a los accionistas con cargo a las utilidades del ejercicio 2022, un dividendo de \$4,06695 por acción, que se suma a los dividendos provisorios de \$6,47041 por acción, \$2,82270 por acción y \$3,81874 por acción, pagados a partir del 6 de junio 2022, 6 de septiembre de 2022, y 7 de diciembre 2022, respectivamente. Todos ellos equivalentes al 75% de las utilidades del año, lo que representa un monto total de \$99.065.586.952. El saldo pendiente a distribuir asciende a \$4,06695 por acción, equivalente a un monto total de \$23.438.669.409. Éste se pagaría a contar del día 28 de abril de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a dicha fecha.
4. Con fecha 27 de abril de 2023, la clasificadora Feller-Rate cambió las perspectivas de la clasificación de los bonos de la Compañía desde A+ (perspectivas estables) hasta A+ (perspectivas positivas).
 5. Mediante el hecho esencial de fecha 16 de mayo de 2022, se informó que el Directorio acordó repartir a todos los accionistas como dividendo provisorio la cantidad total de \$16.658.142.643, lo que corresponde a un dividendo de \$2,89043 por acción. Este dividendo provisorio corresponde al 75% de las utilidades del primer trimestre del presente ejercicio. El pago de este dividendo se efectuó a contar del día 5 de junio de 2023 a los accionistas inscritos en el Registro de Accionistas de la Sociedad el quinto día hábil anterior a la fecha establecida para su pago.



7. Nota Sobre la Presentación y Comparación de la Información

Venta de OK Market

Con fecha 28 de febrero de 2022, se materializó la venta del negocio de conveniencia OK Market a la empresa mexicana FEMSA Comercio S.A. de C.V., operadora en Chile de las tiendas de conveniencia OXXO. De acuerdo a las disposiciones de la NIIF 5, en los Estados Financieros Consolidados al 30 de junio de 2023, el negocio OK Market se presenta como disponible para la venta.

Producto de lo anterior, en las cuentas del estado de resultados, al comparar los resultados de los períodos, en 1S22 se reflejan los resultados del negocio OK Market correspondientes a los primeros dos meses de 2022 en la línea, “Utilidad del período de operaciones discontinuadas”, mientras que en 1S23, 2T22 y 2T23, ya no existen utilidades relacionadas con este negocio.

En el estado de flujo de efectivo y estado de situación financiera, en tanto, no se refleja el negocio OK Market en ninguno de los períodos presentados.

Consolidación de Sociedades de Servicios Financieros

El 20 de diciembre de 2022, SMU incrementó su participación en la sociedad Inversiones RF S.A., accionista controlador de las sociedades Unicard S.A., Administradora de Tecnologías y Servicios Unicard Ltda. y Unimarc Corredores de Seguros Ltda., pasando a controlar Inversiones RF al ser el principal accionista. Lo anterior, implica que, a partir de dicha fecha, SMU consolida las sociedades antes mencionadas línea a línea.

Estas sociedades están asociadas a la operación de la tarjeta de crédito Unipay, medio de pago disponible para los clientes de Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, como un complemento a la propuesta de valor y a la actividad promocional, a través de facilitar sus pagos y contribuyendo a su fidelización.

En los estados financieros al 30 de junio de 2023, el estado de resultados de SMU consolida línea a línea los ingresos, costos y gastos de estas sociedades correspondientes a las fechas entre el 1 de enero y el 30 de junio de este año. Sin embargo, para los períodos de tres y seis meses terminados al 30 de junio de 2022, los resultados de estas sociedades se presentan consolidados en una sola línea, bajo “Participación en Ganancias (Pérdidas) de Asociadas y Negocios Conjuntos Contabilizados por el Método de la Participación”. Por lo tanto, los dos períodos no son del todo comparables. Lo mismo ocurre con el estado de flujo de efectivo, que incluye movimientos de estas sociedades solamente en el período 2023.

En cambio, el estado de situación financiera sí es comparable, al presentar información al 30 de junio de 2023 y 31 de diciembre de 2022. En ambas fechas se consolida línea a línea todos los activos y pasivos de estas sociedades.



Acerca de SMU

SMU uno de los principales actores de retail supermercadista en Chile a través de sus formatos Unimarc, Alvi, Mayorista 10 y Super10, satisfaciendo las necesidades de clientes finales y comerciantes. Cuenta con una gran cobertura geográfica, operando en las 16 regiones del país. Adicionalmente, cuenta con una creciente presencia en Perú, a través de las marcas Mayorsa y Maxiahorro.

Advertencia Acerca de Proyecciones Estimadas

El presente comunicado puede contener proyecciones estimadas. Hemos basado cualquier proyección estimada principalmente en nuestras expectativas y proyecciones actuales en relación a eventos o tendencias financieras que puedan afectar a nuestro negocio y/o industria en el futuro. Si bien la administración considera que estas proyecciones son razonables, en base a la información que se posee actualmente, existen distintos factores que podrían llevar a que nuestros resultados difieran en significativamente con respecto a lo esperado, de acuerdo a nuestras proyecciones estimadas. Las palabras “creer”, “buscar”, “esperar”, “estimar”, “proyectar”, “planificar”, “debería”, “anticipar” y otras palabras similares, buscan expresar proyecciones estimadas. Estas proyecciones estimadas incluyen información acerca de los resultados posibles o esperados de nuestras operaciones, estrategias de negocio, planes de financiamiento, posición financiera, condiciones del mercado, potenciales oportunidades de crecimiento y los efectos del marco regulatorio y la competencia en el futuro. Es de la esencia de las proyecciones estimadas, que estas involucren numerosos riesgos e incertidumbres, tanto generales como específicas, incluyendo el riesgo inherente que tienen las proyecciones o expectativas, que son básicamente que éstas finalmente no se lleven a cabo. En virtud de los riesgos e incertidumbres antes descritos, los eventos y/o circunstancias a futuro y que se presentan en este comunicado, pueden ocurrir o no y en ningún caso son garantías de desempeño de la Compañía en el futuro. Por lo tanto, advertimos a los lectores que no deben basar exclusivamente sus decisiones u opiniones en estas declaraciones. Las proyecciones estimadas son válidas solamente en la fecha en que se realizan, y la Compañía no asume ninguna obligación para actualizar o modificar cualquiera de las proyecciones estimadas contenidas en este comunicado, ya sea por existir nueva información o tratarse de hechos posteriores u otros factores nuevos.

Información de Contacto

Inversionistas, favor contactarse con:

Carolyn McKenzie: cmckenzie@smu.cl

Sofía Pérez: sperezs@smu.cl

Medios de comunicación, favor contactarse con:

Andrea Osorio: aosorioy@smu.cl

Sebastián De Ferrari: sdeferrari@smu.cl

